

## ABSTRAK

Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali di Indonesia, hal ini juga dijelaskan dalam peta kepariwisataan nasional. Yogyakarta sendiri termasuk salah satu “lahan segar” bagi industri perhotelan yang ingin membangun bisnis mereka di bidang industri perhotelan. Bidang industri perhotelan yang saat ini tengah marak di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, kemudian juga ikut menarik minat bisnis dari PT. ARCS HOUSE (mulai beroperasi pada tahun 2004) yang bergerak dibidang jasa perhotelan dengan acuan *hospitality* dalam pelayanannya. *Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel* Yogyakarta merupakan salah satu hotel yang dinaungi oleh PT. ARCS HOUSE dalam perkembangannya. Sebagai hotel berbintang 4 yang baru muncul di tengah masyarakat, tentunya banyaknya pesaing atau competitor, hal ini yang kemudian menjadi perhatian khusus bagi *Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel* dalam menjaga eksistensinya sebagai hotel baru. Dalam hal ini, strategi komunikasi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting, karena komunikasi pemasaran dapat memfasilitasi hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan. Dengan adanya strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dengan baik maka dapat dipastikan kepuasan akan paska pembelian atau penggunaan jasa mampu meningkatkan kemungkinan akan pembelian atau penggunaan jasa berulang dan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan juga secara berkesinambungan akan kembali menggunakan dan mengunjungi *Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi, dan kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah *Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel* menggunakan konsep bauran pemasaran dalam strategi komunikasi pemasaran yang mana lebih menekankan pada kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan antara lain adalah dengan penggunaan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, dan penjualan langsung, yang mana dalam pelaksanaannya tidak melibatkan kegiatan hubungan masyarakat dikarenakan segala bentuk promosi untuk strategi komunikasi pemasaran lebih mengedepankan kegiatan dari sales marketing. Dengan pelaksanaan promosi dalam bauran pemasaran untuk strategi komunikasi pemasaran, diharapkan segala kegiatan yang dilakukan bisa memberikan dampak positif bagi *Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel* dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

## **ABSTRACT**

*Yogyakarta is the second largest tourist destination after Bali in Indonesia, it is also described in the national tourism map. Yogyakarta itself is one of the "field fresh" for the hospitality industry who want to establish their business in the hospitality industry. Hospitality industry is currently booming in Indonesia, especially in Yogyakarta, and then also attract business from PT. ARCS HOUSE (began operations in 2004) in the field of hospitality services with reference to the hospitality of his ministry. Jambuluwuk Yogyakarta Malioboro Boutique Hotel is one hotel which is shaded by PT. ARCS HOUSE in its development. As a 4-star hotel in the center of the newly emerging society, of course, much competitor or competitors, then this is a particular concern for Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel in maintaining its existence as a new hotel. In this case, the marketing communications strategy has a very important role, because it can facilitate the marketing communications mutually beneficial relationship between the company and the customer. With the strategy of marketing communications were done well it can definitely be post-purchase satisfaction or use of the service will be able to increase the likelihood of repeat purchases or use of services and the customer will be a loyal customer and also on an ongoing basis and will re-use the visit Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel. Types of research used in this research is descriptive qualitative research. Techniques of data collection is by interview, observation, and literature. The results of this study are Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel using the concept of the marketing mix in marketing communications strategy which is more emphasis on promotional activities. Promotional activities undertaken include the use of advertising, sales promotion, personal selling, and direct sales, which in practice does not involve the public relations activities due to any form of promotion for the marketing communications strategy emphasizes the activities of sales marketing. With the implementation of the promotion in the marketing mix for marketing communication strategy, it is expected that all activities carried out*

*can have a positive impact Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel in the increasing number of visitors.*













